

る「アクティブシニア」の存在感が確認できる。

最後に、都市規模別にみると、大都市では、家賃地代や被服及び履物の特化係数が高くなっている。小都市では、反対に家賃地代や被服及び履物が低く、逆に家事サービスや光熱費が高くなっている。大都市では、持ち家率が低く家賃が高いことや、勤め人が多く通勤服等への支出が多いことが背景にあると考えられる。小都市や町村では、持ち家率が高く、家賃地代が少ない一方、暖房用の灯油などへの支出が多いことがわかる。また、自動車の保有率は地方が高いため、地方では自動車等関係費が高く、都市では交通費が高い。

2 多面的に消費を捉える取組

前項では、我が国家計の消費構造の変化を考察した。ここでは、こうした変化をどう捕捉していくかについて、昨今の統計改革の取組を踏まえて述べる。

●消費関連統計の現状

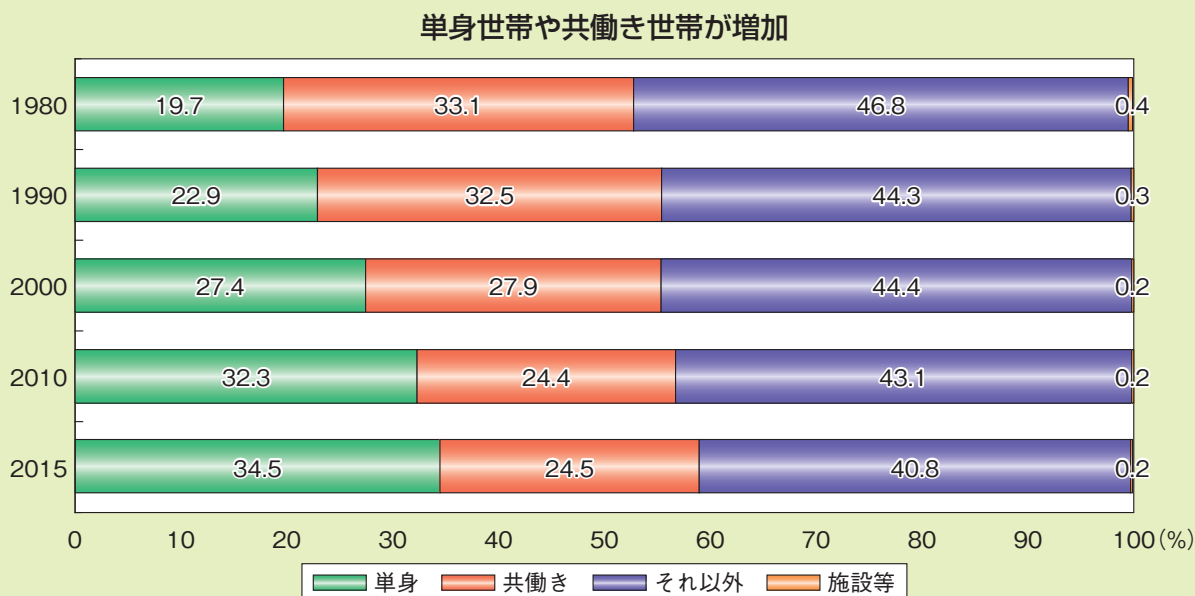
消費動向を把握するための統計や指標は、作成方法の違いによって、調査統計や業務統計からなる一次統計と、複数の一次統計等から作成される加工統計に分けられる。さらに、調査対象によって、消費支出を行う世帯を対象とするものは需要側統計、販売や出荷を行う業者を対象としたものは供給側統計に分類される。このうち、一次統計の主要なものとしては、需要側統計では、消費支出や所得、資産・負債の状況を調査する「家計調査」（総務省）や頻度の少ない高額消費やICT関連消費の把握を目的とした「家計消費状況調査」（総務省）があり¹⁵、供給側では業種別・業態別の卸売小売の動向を把握する「商業動態統計調査」（経済産業省）や「サービス産業動向調査」（総務省）、「特定サービス産業動態統計調査」（経済産業省）がある。加工統計の代表的なものとしては、GDP統計（内閣府）があり、四半期速報（QE）の民間最終消費支出は、家計調査等の需要側統計から推計される需要側推計値と生産動態統計等の供給側統計から推計される供給側推計値を組み合わせ推計される。また、月次の消費動向を総合的に把握するために、内閣府ではQEの作成方法を簡略化した消費総合指数を公表しているほか、日本銀行は供給側統計に基づく消費活動指数を公表している。

●消費関連の一次統計の改革

家計調査や商業動態統計などは、支出や販売の詳細が速報性をもって把握できる反面、それぞれの統計単独ではマクロの消費動向を捕捉することは困難である。マクロの消費動向を把握するためには、世帯数の変動を考慮するなど、様々な情報を総合する必要がある、加工統計が

注 (15) 家計消費を捉える需要側統計として、アメリカでは消費支出調査（Consumer Expenditure Survey）があるが、公表は年次である。英国には、生計費調査（Living Costs and Food Survey）があるが、これも公表は年次である。両国では、消費動向の把握に当たって主に供給側統計が活用されており、需要側統計については、その動きを補完するものと位置付けられている。

第1-2-5図 世帯構造の変化



(備考) 1. 総務省「国勢調査」により作成。
 2. 2015年は速報値。単身世帯とは、世帯人員が1人の世帯。単身世帯の1970年は普通世帯（住居と生計を共にしている人の集まり又は一戸を構えて住んでいる単身者）、1980年以降は一般世帯（住居と生計を共にしている人の集まり又は一戸を構えて住んでいる単身者、左記の世帯と住居を共にし、別に生計を維持している間借りの単身者又は下宿屋などに下宿している単身者、会社・団体・商店・官公庁などの寄宿舎、独身寮などに居住している単身者）。共働き世帯とは、夫が就業者かつ妻が就業者の世帯。施設等の世帯とは、寮・寄宿舎の学生・生徒、病院・療養所の入院者、社会施設の入所者、自衛隊営舎内居住者、矯正施設の入所者など。

用いられる。ただし、加工統計の正確性については、推計方法の精度だけでなく、それに用いられる基礎統計の精度によるところも大きい。QEや消費総合指数に用いられている家計調査は、必ずしも消費全体の月次動向を把握するために設計されたものではないことから、月次の変化幅が大きいなど限界も指摘されている。また、調査の中心が二人以上の世帯となっているが、単身世帯が増加し、全世帯の3分の1を占めていることを踏まえると、単身世帯についてよりきめ細やかな把握が求められる（第1-2-5図）。

こうしたことから、総務省では、専門家による議論を踏まえ、新たに「消費動向指数」(CTI)を開発することとしている。この新指標は、ビッグデータの活用や状態空間モデルの採用等によってミクロ消費動向及びマクロ消費動向の把握を目指すものである。さらに、これまで2人以上の世帯に比較して調査世帯数が少ない単身世帯の動向を把握するため、「家計消費単身モニター調査」を導入することとしているほか、レシートの自動読取機能を持った電子家計簿の導入によって調査対象家計の記入負担を軽減することとしている。また、同一世帯内でも家計が世帯員単位となる、いわゆる「個計化」への対応について、検討が進められている¹⁶。

供給側統計については、生産動態統計や商業動態統計といった財に関する統計に比べ、サー

注 (16) 総務省(2017)を参照。

ビスに関しては、統計の整備が不十分であるとの指摘がある。こうしたことを踏まえて、サービス産業動向調査、特定サービス産業実態調査等のサービス関連統計を発展的に統合するとともに、付加価値構造を正確に把握するための詳細な情報を調査することとしている。

●需要側と供給側統計の精査

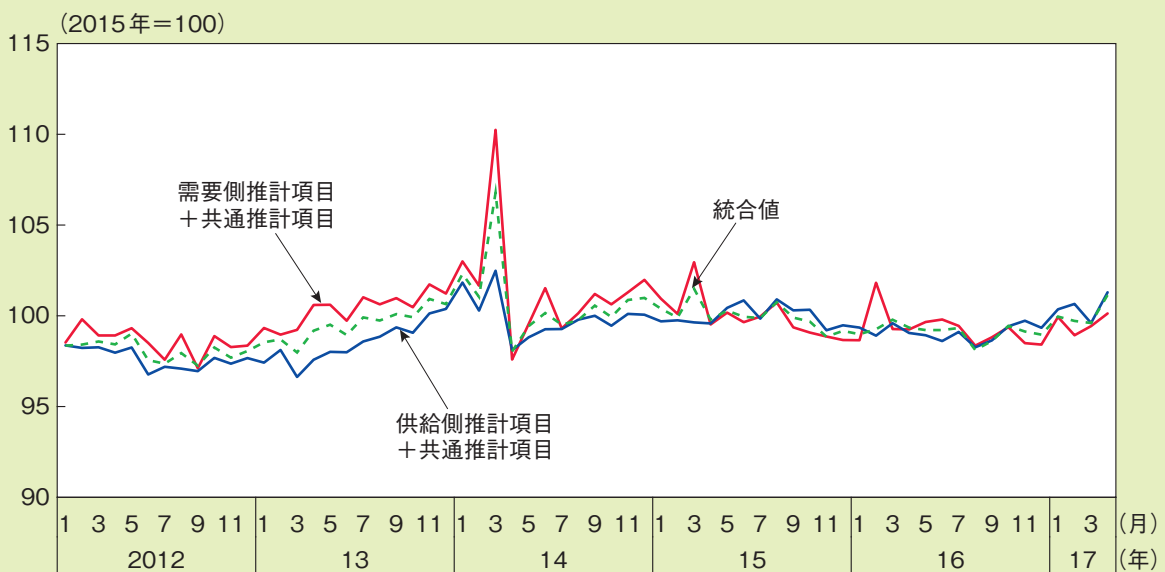
マクロでみた消費動向の把握に際して、需要側統計と供給側統計で、それぞれ特性の違いがある点には留意が必要である。内閣府では前述のとおり消費総合指数を作成しているが、この指数を需要側と供給側で分解してみると、両者が若干乖離する期間がみられる（第1-2-6図）。

こうした乖離が生じる要因には、需要側統計における支出のタイミングと供給側統計における出荷のタイミングのずれによって両者の動きが異なることや、消費総合指数では、供給側項目推計の際、店舗等における在庫の調整を行っていないことなどがある。さらに、近年増加しているインバウンド消費は、需要側統計では含まれないが、供給側統計では含まれる。したがって、こうした様々な統計間の相違を考慮して総合的に消費動向を検討する必要がある。

なお、QEにおける家計最終消費支出の推計にあたっては、年次推計値との乖離を縮小する観点から、需要側統計と供給側統計の新たな加工・推計手法の開発を2017年中に実施することとしている。

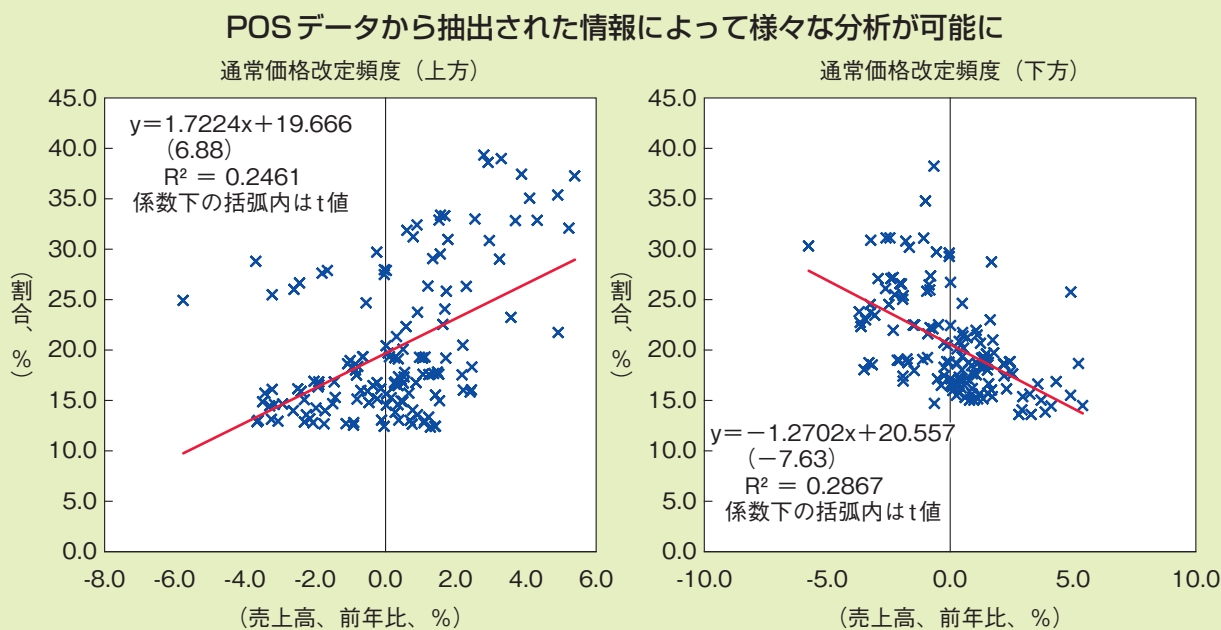
第1-2-6図 消費総合指数の需要側推計項目及び供給側推計項目（名目）

需要側推計項目と供給側推計項目は、それぞれ特性によりその動向に若干の乖離



(備考) 内閣府による推計値。なお、統合値については、統合後の原数値に季節調整を行っているため、形態別に季節調整を統合することで推計される消費総合指数の名目値とは異なる動きをする可能性がある。

第1-2-7図 ビッグデータを用いた消費動向の分析



- （備考）
1. ナウキャスト提供データ（データ期間：2005年1月～17年3月）により作成。
 2. 全国のスーパーマーケット約800店舗における日用品及び食料品（除く生鮮品）を集計したもの。
 3. 縦軸の通常価格改定頻度は、値上がり（値下がり）した品目が、売上高ベースで見たときに、どの程度の割合（シェア）を占めているかを表す。具体的には、品目別・店舗別に値上がり（値下がり）した場合に1、それ以外の場合に0とカウントのうえ、品目別、店舗別の売上高（調査日と前年同日の平均値）をウェイトに加重平均した値。
 4. 売上高、通常価格改定頻度ともに日次データを月次化した後、後方3か月移動平均をとったもの。
 5. 売上高と通常価格改定頻度の関係性について、各々の上下5%を除いて回帰しても、変数間の関係および係数の有意性は変わらなかった。

●ビッグデータによる消費動向の把握

前述したような総務省の消費動向指数の取組など各府省では、ビッグデータを経済指標として活用する試みが近年活発になされている。ビッグデータは、統計調査と比較して速報性が高く、ビッグデータを用いた景気動向の把握手法が確立されれば、リアルタイムで景気動向の把握が可能となる。

内閣府では、ビッグデータの中でも比較的入手しやすいPOS¹⁷データから作成した日次の物価指数と消費動向や景気循環の関係について分析を行った（詳細は藤田（2017）を参照）。POSデータとは、スーパーなど小売店において消費者が商品を購入した際にレジで読み取られた情報が集計されたものであり、ある商品がいつ、どこで、どれくらいの価格で販売されたかがわかる。

第1-2-7図では、全国のスーパーの日用品及び食料品（除く生鮮食品）の価格動向と売上高の関係をプロットしているが、上方への通常価格改定頻度が増加したり、下方への通常価格改定頻度が減少すると、売上高が増加する傾向がみられる。ここでいう、上方（下方）への

注 (17) Point Of Salesの略。

通常価格改定頻度とは、特売による価格変動を除いた上で、商品のうち前年比でみて値上げ（値下げ）された品目の割合であり、多くの商品で値上げが行われている時期は家計の支出が活発になり、逆に値下げが広範に行われているときは家計の支出が抑制されているということを示している。小売店が消費者のマインドに敏感に反応して価格改定を行っているとすれば、こうした価格をリアルタイムで捕捉することで景気動向を機敏に把握することが可能であると考えられる。

コラム

1-2 より正確な景気判断のための統計改善

経済統計は、政府・日本銀行の景気動向判断の基礎となり、また、企業など民間主体も意思決定の際に参照することから、現実の経済の姿を迅速かつ的確に捕捉することが求められる。我が国の経済統計は、消費、生産、投資、雇用、物価といった経済の各分野について限なく整備され、諸外国と比較しても遜色のないものとなっている。しかしながら、経済統計を取り巻く環境は、世帯構造の変化や新たなサービスの出現などの経済社会構造の変化、統計人材・予算の制約、回答率の低下といった調査実施の困難化など、近年厳しさを増している。こうしたことを踏まえ、政府では、経済や統計の専門家による議論を踏まえ、2016年12月21日に「統計改革の基本方針」を決定した。本方針では、より正確な景気動向判断や我が国経済構造の正確な把握を通じた「証拠に基づく政策立案（EBPM）」に資するため、抜本的な統計改革や一体的な統計システムの整備に取り組むための政府一体となった統計改革の方向性を示すとともに、GDP統計を始めとした経済統計の改善方策をとりまとめている。具体的には、家計調査におけるオンライン家計簿の導入や家計消費単身モニター調査の導入、新たな消費指標（CTI）の作成、法人企業統計の一部早期化に向けた検証、建築物リフォーム・リニューアル統計の改善によるリフォーム投資のSNAへの反映、サービス関連統計の発展的統合と拡充といった基礎統計の改善に加え、GDP四半期速報の推計手法について、需要側統計と供給側統計の新たな加工・推計手法の開発などの改善を図っていくこととした。

さらに、「統計改革の基本方針」に基づき設置された統計改革推進会議における議論を踏まえ、GDP統計の基盤となる産業連関表の供給・使用表（SUT）体系への移行等を行うなど、基準年推計や年次推計についても改善を図っていくこととしている。

3 消費の伸びが弱い背景

以上では、個人消費の構造変化やその変化を捉えるための手法についてみてきた。本項では、消費の伸びが弱い背景について、年齢階級や所得毎に分析することで、詳細に考察する。